

報道関係各位

2020年6月18日  
株式会社クロス・マーケティング

## 新型コロナで期待されるオンライン配信 新作映画・音楽ライブについては賛否両論

－オンライン配信に関する調査－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「オンライン配信に関する調査」を実施しました。今回は、新型コロナウイルスの影響で広く世間に普及したオンライン動画配信サービスの需要について、今後展開が期待される新作映画や音楽ライブ・コンサートの分野を対象に分析しています。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200618online/>

### ■調査結果

#### ✓【新作映画のオンライン配信での鑑賞意向】は、賛否両論分かれたが、比較的20代は肯定的。

仮に映画館での新作映画の公開が、オンライン配信での自宅視聴に変わったとして、その鑑賞意向を聞いたところ、「非常に鑑賞したい」は、12%となり、「やや鑑賞したい」を含めた「鑑賞したい」層は53%となった。残りの「鑑賞したくない」層は、47%となり、約半々に分かれた<図1>。性年代別にみると、男女ともに20代での「鑑賞したい」層は6割を超えて多い。普段からオンライン配信に慣れ親しんでいる世代のせい、オンライン配信の映画鑑賞について他年代より寛容な様子が見えらる<図2>。

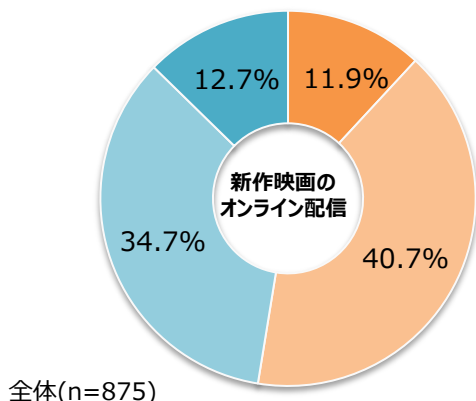
#### ✓【音楽ライブのオンライン配信での参加意向】も、新作映画と同様な傾向。

仮に好きなミュージシャンのライブ、コンサートが、オンライン配信での自宅視聴に変わったとして、その参加意向を聞いたところ、「非常に鑑賞したい」は、14%となり、「やや鑑賞したい」を含めた「鑑賞したい」層は52%となった。前述の映画鑑賞と同様に、「鑑賞したくない」層と約半々に分かれた<図3>。性年代別にみると、男女ともに20代での「参加したい」層は6割超、「非常に参加したい」でも約3割となり、参加意向が特に強いことがわかる。エリア別にみると、「非常に参加したい」層は、都市部よりもその他のエリアの方がスコアが高く、オンライン配信によって会場から遠方に住んでいて参加できないといった「地理的な課題」を解決する可能性も示された<図4>。

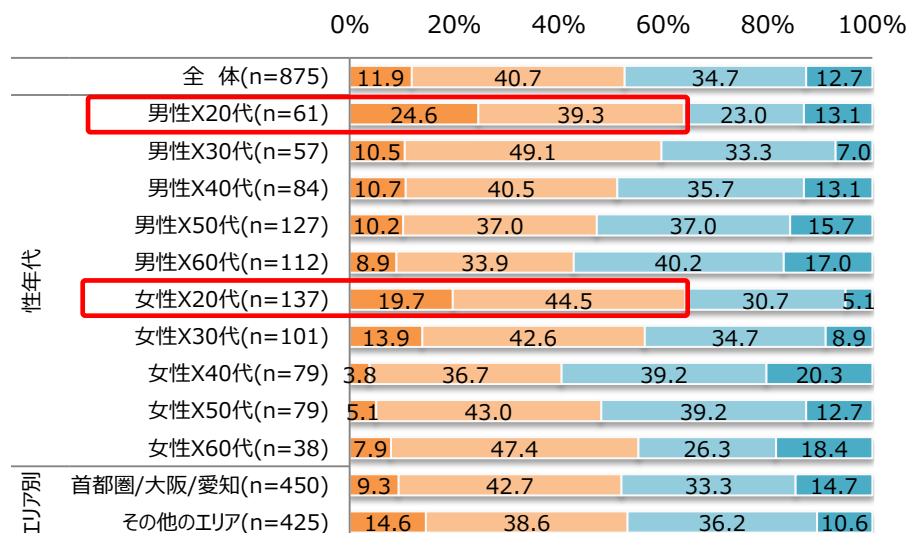
#### Q もし、映画館での新作映画の公開が、オンライン配信での自宅視聴に変わった場合、あなたはどの程度鑑賞したいですか？ 鑑賞料金は、劇場で見る場合と同額でお考えください。

<図1> 新作映画（オンライン配信）の鑑賞意向

- 非常に鑑賞したい
- やや鑑賞したい
- あまり鑑賞したくない
- まったく鑑賞したくない



<図2> 新作映画（オンライン配信）の鑑賞意向 - 性年代・エリア別

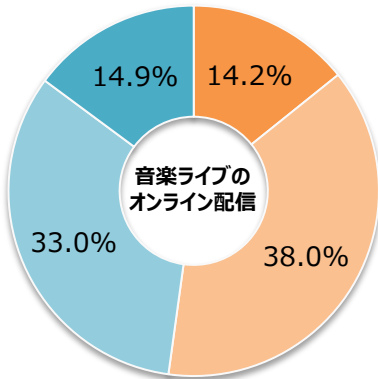


※「映画館で映画は観ない」は除外して集計

Q もし、あなたの好きなミュージシャンのライブ、コンサートが、オンライン配信での自宅視聴に変わった場合、あなたはどの程度参加したいですか？ 視聴料金は、実際のチケット代と同額でお考えください。

<図3> 音楽ライブ（オンライン配信）の参加意向

- 非常に参加したい
- やや参加したい
- あまり参加したくない
- まったく参加したくない



全体(n=801)

<図4> 音楽ライブ（オンライン配信）の参加意向-性年代・エリア別

	0%	20%	40%	60%	80%	100%
全体(n=801)	14.2	38.0	33.0	14.9		
男性X20代(n=55)	29.1	32.7	25.5	12.7		
男性X30代(n=51)	11.8	33.3	39.2	15.7		
男性X40代(n=81)	9.9	43.2	30.9	16.0		
男性X50代(n=113)	10.6	35.4	32.7	21.2		
男性X60代(n=95)	7.4	30.5	34.7	27.4		
女性X20代(n=131)	26.0	41.2	26.0	6.9		
女性X30代(n=91)	15.4	42.9	34.1	7.7		
女性X40代(n=82)	7.3	35.4	45.1	12.2		
女性X50代(n=69)	13.0	46.4	30.4	10.1		
女性X60代(n=33)	6.1	33.3	36.4	24.2		
エリア別						
首都圏/大阪/愛知(n=412)	10.4	39.6	33.3	16.7		
その他のエリア(n=389)	18.3	36.2	32.6	12.9		

※「音楽ライブ、コンサートには行かない」は除外して集計

■ 調査項目

- 属性設問
- 直近1週間の外出頻度
- 直近1週間で自分の「楽しみ」のために使った金額
- 最近日常生活の中で「変わった」と思うこと
- 新作映画がオンラインで配信された場合の鑑賞意向
- ライブ・コンサートがオンラインで配信された場合の参加意向

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200618online/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 調査対象 : 20~69歳の男女  
 調査期間 : 2020年6月16日 (火)  
 有効回答数 : 1,091サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」